

малого бизнеса. Малый бизнес имеет двойственное положение: ему предоставляются льготы, субсидии, дотации, но при малейших кризисных ситуациях малый бизнес первым сталкивается с финансовыми проблемами. Главной задачей является снятие административных барьеров и осуществление прозрачного контроля со стороны финансовых институтов. Основное значение в формировании экономики со стороны малого бизнеса заключается в создании информационных, инновационных технических предприятий, благодаря которым можно удовлетворить спрос населения и предприятий.

В РФ утвержден проект стратегии развития малого и среднего предпринимательства до 2030 года, задачей которого становится увеличение доли ВВП в 1,5 раза, рост продуктивности труда в секторе малого и среднего бизнеса в 2 раза и повышение доли занятости населения – 35% [2, с.2].

Направление проекта стратегии предусматривает:

- доступность Программы «Налоговые каникулы» с 2016 года, когда на 6 лет предприниматели получают либо полное освобождение от налогов или частичное снижение ставки налога;
- выделение 16,9 миллиардов на Программу поддержки бизнеса;
- 1 января 2016 года вступил в силу Закон «Надзорные каникулы»;
- с 1 июля 2016 года запрещено проводить плановые проверки в отношении индивидуальных предпринимателей, юридических лиц, относящихся к малому бизнесу;
- открылся доступ к закупкам госкомпаний, квота будет составлять 15% от годового объема.

В настоящее время происходит развитие малого бизнеса через создание бизнес-инкубаторов, технопарков. Государство помогает малому бизнесу, так как он в ближайшей перспективе поднимет экономику страны на новую ступень, а государство поможет бизнесу стать драйвером для экономического роста страны.

Литература:

1. Гоманова Т.К., Лукьянова З.А. Strategy of development of the credit market taking into account the requirements of the banking system // Sustainable economic development of regions ed. by L. Shlossman. Vienna. 2014.
2. Гоманова Т.К., Лукьянова З.А. Современный подход к оценке регионального финансового потенциала // Фундаментальные и прикладные науки сегодня. Материалы V научно-практической конференции НИЦ «Академический». North Charleston. SC. USA. 2015.
3. Лукьянова З.А., Гоманова Т.К. Перспективы развития малого бизнеса в Новосибирской области // Проблемы современной науки и образования. 2014. №9(27).
4. Лукьянова З.А., Остапова В.В., Овчинникова Ю.А. Российский бизнес в период кризиса: проблемы и перспективы развития // Академическая наука – Проблемы и достижения. Материалы VI международной научно-практической конференции НИЦ «Академический». North Charleston. SC. USA. 2015.
5. Лукьянова З.А., Терёшина К.Д., Шпилева Ю.В. Влияние эндогенных и экзогенных факторов на инвестиционную привлекательность регионов // Фундаментальная наука и технологии – перспективные разработки: Материалы VII международной научно-практической конференции НИЦ «Академический». North Charleston. SC. USA. 2015.

Хайретдинова С.Р.

Научный руководитель: канд.экон.наук, доц. Хусаинова С.В.

*Елабужский институт Казанского (Приволжского) Федерального университета
г.Елабуга*

ОБЩИЕ ПРИНЦИПЫ ОРГАНИЗАЦИИ КОНТРОЛЯ ЗАКУПОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Аннотация. Закупки – ключевая функция, отвечающая за приобретение всех материальных ресурсов, необходимых организации. Закупки обеспечивают механизм, инициирующий и контролирующий материальный поток от поставщика до потребителя.

Ключевые слова: закупки, коммерческая деятельность, товар, денежные средства.

Khairtudinova S.R.
Scientific supervisor: PhD, associate Professor Khusainova S.V.
Elabuzhsky Institute of the Kazan Federal University
Elabuga

GENERAL PRINCIPLES FOR IMPROVEMENT OF THE CONTROL PURCHASING ACTIVITY IN THE ENTERPRISE

Abstract. Procurement – a key function that is responsible for the acquisition of all the material resources necessary for the organization. Purchasing provide a mechanism for initiating and controlling the material flow from the supplier to the consumer.

Keywords: purchases, business, goods, money.

Исследование проведено при финансовой поддержке Российского гуманитарного научного фонда и Правительства Республики Татарстан в рамках гранта на тему: «Исследование инвестиционной привлекательности региона в контексте повышения его экономической безопасности» (№ проекта 14-12-16002/15).

Коммерческая деятельность в торговле основана на закупочной работе: предприниматели на свои денежные средства закупают товар, который затем преобразуют в денежные средства с некоторой прибылью.

Основные цели закупочной деятельности:

- обеспечивать непрерывный поток материальных ресурсов и услуг, которые необходимы для деятельности предприятия с минимальным уровнем риска;
- развивать отношения с компетентными поставщиками;
- тесно сотрудничать с поставщиками по вопросам качества продукции и логистических услуг;
- поддерживать, по возможности, снижение инвестиций в запасы;
- обеспечивать возможность реализации форвардных закупок, минимизирующих влияние повышения цен на МР и риски закупочной работы, а также поставок по системе JIT («точно в срок»);
- постоянно следить за рыночной конъюнктурой, прогнозировать и планировать показатели закупочной деятельности и потребность в оборотном капитале;
- стремиться к упрочнению конкурентных позиций организации;
- добиваться достижения целей по закупкам с минимально возможными управленческими (административными) затратами.

Процесс закупки включает в себя приобретение потребительских товаров, организацию перемещения приобретенных товаров, организацию смены собственника и места размещения, сбор, анализ и передачу информации различным подразделениям торгового предприятия.

Закупочная работа дает возможность сформировать оптимальный ассортимент товаров торговых предприятий, воздействовать на производителей товаров. Именно закупки обеспечивают эффективную работу торгового предприятия.

Закупка товаров – это приобретение товаров для дальнейшего целевого использования.

По своей экономической природе закупки представляют собой оптовый или мелкооптовый товарооборот, осуществляемый торговыми предприятиями (оптовыми, розничными) или частными лицами в целях перепродажи закупленных товаров.

В условиях рыночной экономики закупочная работа в России коренным образом изменилась.

Современную эпоху свободных рыночных отношений характеризуют: множественность поставщиков, свобода выбора партнера по закупке товаров, свобода ценообразования, равноправие партнеров, конкуренция поставщиков и покупателей, инициатива, самостоятельность и предприимчивость коммерсанта при закупке товаров. Необходимо установить соответствующие процедуры контроля [2].

Для оптовых предприятий совершение оптовых закупок и продажи составляет основу их коммерческой деятельности. Розничные предприятия, которые участвуют в оптовой торговле, совершают преимущественно оптовые закупки, которые являются важнейшим условием их основной деятельности – продажи товаров населению.

Коммерческая работа по оптовым закупкам товаров в рыночных условиях базируется на принципах современного маркетинга. Коммерческие работники с помощью стратегий (политик) маркетинга получают

информацию и на ее основе должны определить: что закупить, сколько закупить, у кого закупить, на каких условиях закупить [1].

Решения по первым двум вопросам должны приниматься во взаимодействии специалистов отдела закупки и отдела (службы) маркетинга, а при отсутствии в штате маркетологов – совместно с менеджерами (продавцами) отдела продаж, складскими работниками.

Принятие решения, у кого закупить и на каких условиях, является непосредственной обязанностью лица, занимающегося закупочной деятельностью.

Работа по оптовым закупкам товаров включает в себя комплекс взаимосвязанных коммерческих операций. Весь процесс закупочной работы состоит из предварительных, собственно закупочных и заключительных коммерческих операций.

К предварительным операциям по закупке относятся: изучение и прогнозирование покупательского спроса, определение потребности в товарах, выявление и изучение источников закупки, выбор поставщиков, составление заявок и заказов на поставку товаров, разработка преддоговорных требований к поставщикам и условиям поставки.

Собственно закупочные операции включают: заключение договоров и разовых сделок на поставку товаров, уточнение развернутого ассортимента поставляемых товаров, приемку товаров и их оплату поставщикам.

Заключительные операции по закупкам включают: оперативный учет выполнения договоров поставки, оформление и предъявление штрафных санкций за нарушение договоров поставки; контроль над ходом выполнения оптовых закупок[3].

Осуществление закупок товаров невозможно без изучения и прогнозирования покупательского спроса. Собранная информация о спросе позволяет обосновывать коммерческие решения по оптовым закупкам товаров.

Закупочная деятельность Группы компаний ПАО АНК «Татнефть» базируется на следующих основных принципах:

- информационная открытость закупки, которая обеспечивается размещением в открытом доступе в ЕИС Планов закупки товаров, работ, услуг;
- равноправие, справедливость, отсутствие дискриминации и необоснованных ограничений конкуренции по отношению к участникам закупки;
- целевое и экономически эффективное расходование денежных средств на приобретение товаров, работ, услуг и реализация мер, направленных на сокращение издержек Общества, Филиалов, ДО;
- отсутствие ограничения допуска к участию в закупке путем установления неизмеряемых требований к участникам закупки.

Выбор поставщиков, а также условий поставки товаров, выполнения работ, производится путем проведения закупок. Принятие решений по выбору победителей относится к компетенции закупочных комиссий.

Литература:

1. Определение эффективности персонала и способы её повышения // RosInvest.Com. URL: <http://rosinvest.com/page/ocenka-effektivnosti-personala-i-sposoby-ee-povysheniya-1> (дата обращения: 10.03.16).
2. Региональная экономика / Под ред. проф. Н.Г. Кузнецова, проф.С.Г. Тяглова. Ростов-на-Дону: Феникс, 2003. 320 с.
3. Хайретдинова С.Р., Ахтямова А.З. Роль малого и среднего бизнеса в экономическом развитии России // Экономика и социум. 2015. URL: www.iupr.ru (дата обращения: 15.03.16).